

MENINGKATKAN EFISIENSI PROMOSI WISATA MELALUI STRATEGI IKLAN BERBAYAR DI META BUSINESS SUITE PADA KELOMPOK SADAR WISATA NGLANGGERAN

Dimas Taufiq Ridlo^{1*}, Suparni Setyowati Rahayu², Syafriyudin³, Muhammad Sholeh⁴,
Masrur Alatas⁵, Heny Budi Setyorini⁶

^{1,5} Teknik Sistem Energi, Institut Teknologi Yogyakarta

² Teknik Lingkungan, Fakultas Teknik Universitas AKPRIND Indonesia

³ Teknik Elektro, Fakultas Teknik Universitas AKPRIND Indonesia

⁴ Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi Informasi, Universitas AKPRIND Indonesia

⁶ Teknik Kelautan, Institut Teknologi Yogyakarta

Email: ¹ dimas.taufiq.r@ity.ac.id ; ² ssrahayu@akprind.ac.id ; ³ diens@akprind.ac.id ; ⁴ muhash@akprind.ac.id;

⁵ masruralatas@ity.ac.id; ⁶ henybudis@ity.ac.id.

ABSTRACT

The rapid development of information and communication technology, particularly social media, has led businesses to adapt to modern marketing models. In Indonesia, with millions of social media users, the potential to reach customers is enormous. Digital marketing offers various methods to promote products, strengthen brand image, and build personal relationships with customers. However, implementing digital marketing faces challenges such as limited resources, lack of knowledge, and increasing competition. POKDARWIS (Tourism Awareness Group) Nglanggeran, a community that manages tourism potential in Nglanggeran Village, Yogyakarta, has struggled with digital promotion despite its success in managing unique tourist destinations. The lack of a strong online presence, including on social media and travel platforms, weakens its promotional efforts. To address these issues, optimizing the use of Meta Business Suite can enhance social media management and promotion. Through training and mentoring programs, POKDARWIS can learn to manage and schedule content, analyze performance, and implement targeted advertising strategies. This approach aims to strengthen Nglanggeran's digital presence, reach a wider audience, and improve its competitiveness in the tourism industry.

Keywords: digital marketing, digital promotion, meta business suite, POKDARWIS Nglanggeran, social media.

INTISARI

Perkembangan teknologi informasi, terutama media sosial, telah mengubah cara bisnis melakukan pemasaran, termasuk dalam sektor pariwisata. POKDARWIS Nglanggeran, yang mengelola potensi wisata di Desa Nglanggeran, Yogyakarta, menghadapi tantangan dalam memanfaatkan promosi digital secara optimal. Meskipun telah berhasil mengembangkan Geosite Gunung Api Purba Nglanggeran, promosi yang terbatas dan kurangnya strategi digital marketing menghambat daya tarik destinasi ini. Salah satu solusi yang diusulkan adalah pemanfaatan Meta Business Suite, sebuah platform yang memungkinkan pengelolaan media sosial Facebook dan Instagram secara efisien. Melalui program sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan yang dilakukan dengan kolaborasi antara Institut Teknologi Yogyakarta dan Universitas AKPRIND Indonesia, anggota POKDARWIS dibekali keterampilan dalam membuat konten menarik, menjadwalkan unggahan, dan menganalisis performa untuk memperluas jangkauan promosi. Hasil yang diharapkan adalah peningkatan visibilitas dan daya saing Nglanggeran di industri pariwisata, serta membangun hubungan yang lebih kuat dengan wisatawan melalui strategi digital yang terstruktur dan efektif.

Kata Kunci: media sosial, meta business suite, pemasaran digital, POKDARWIS Nglanggeran, promosi digital.

PENDAHULUAN

Seiring pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terutama media sosial, bisnis kini dituntut untuk beradaptasi dengan model pemasaran yang lebih modern. Hal ini dikarenakan semakin mudahnya masyarakat mengakses informasi dan berinteraksi secara online (Ratna Gumilang, 2019). Dengan jumlah pengguna media sosial di Indonesia yang mencapai ratusan juta, peluang bisnis untuk menjangkau konsumen potensial menjadi sangat besar. Pemasaran digital menawarkan berbagai cara untuk mempromosikan produk atau jasa, membangun citra merek yang kuat, serta menjalin hubungan yang lebih personal dengan pelanggan (Takarini & Sari, t.t.).

Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu dalam mengelola segala aktivitas pemasaran untuk mencapai tujuan bisnis (Erpurini dkk., 2023). Dalam era digital, manajemen pemasaran telah berevolusi menjadi sebuah disiplin

yang memanfaatkan teknologi digital untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan konsumen. Meskipun demikian, penerapan pemasaran digital dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya pengetahuan, dan persaingan yang semakin ketat (Erpurini dkk., 2023).

POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) Nglanggeran adalah komunitas masyarakat yang bertugas mengelola dan mengembangkan potensi wisata di Desa Nglanggeran, yang berada di Kabupaten Gunungkidul, Yogyakarta. Kelompok ini dikenal karena keberhasilannya dalam mengelola Geosite Gunung Api Purba Nglanggeran, salah satu destinasi wisata geologi yang unik di Indonesia. Meskipun POKDARWIS Nglanggeran telah berhasil mengembangkan berbagai potensi wisata di Desa Nglanggeran, aspek promosi digital masih menjadi tantangan utama yang dapat menghambat perkembangan lebih lanjut.

Media sosial telah merevolusi cara kita berinteraksi, berbagi informasi, dan mengambil keputusan, termasuk dalam memilih destinasi wisata. Platform-platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube telah menjadi jendela dunia bagi jutaan orang. Melalui lensa digital ini, destinasi wisata dapat memperlihatkan keindahan alam, budaya, dan pengalaman unik yang ditawarkan. Meta Business Suite adalah sebuah platform yang disediakan oleh Meta (perusahaan induk dari Facebook dan Instagram) yang dirancang untuk membantu bisnis mengelola kehadiran mereka di kedua platform tersebut dalam satu tempat. POKDARWIS Nglanggeran menghadapi kendala dalam memanfaatkan platform digital secara optimal. Minimnya keberadaan di media sosial, situs web, dan platform perjalanan membuat destinasi ini kurang dikenal wisatawan (Khairunnisa, 2022). Selain itu, pengelolaan konten digital yang terbatas dan tidak menonjol memperlemah daya tarik promosi. Ditambah lagi, absennya strategi digital marketing yang terstruktur, seperti penggunaan SEO, iklan berbayar, atau kolaborasi dengan influencer, menghambat perluasan jangkauan dan promosi yang efektif. Salah satu solusi untuk meningkatkan promosi digital POKDARWIS Nglanggeran adalah dengan mengoptimalkan penggunaan Meta Business Suite (Sari, 2023). Platform ini dapat membantu mengelola berbagai saluran media sosial seperti Facebook dan Instagram secara efisien.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menunjukkan pemanfaatan *Meta Business Suite* dapat menjadi strategi efektif bagi POKDARWIS Nglanggeran dalam meningkatkan promosi digital, memperluas jangkauan, dan membangun hubungan positif dengan wisatawan, sehingga meningkatkan daya saing destinasi wisata di era digital.

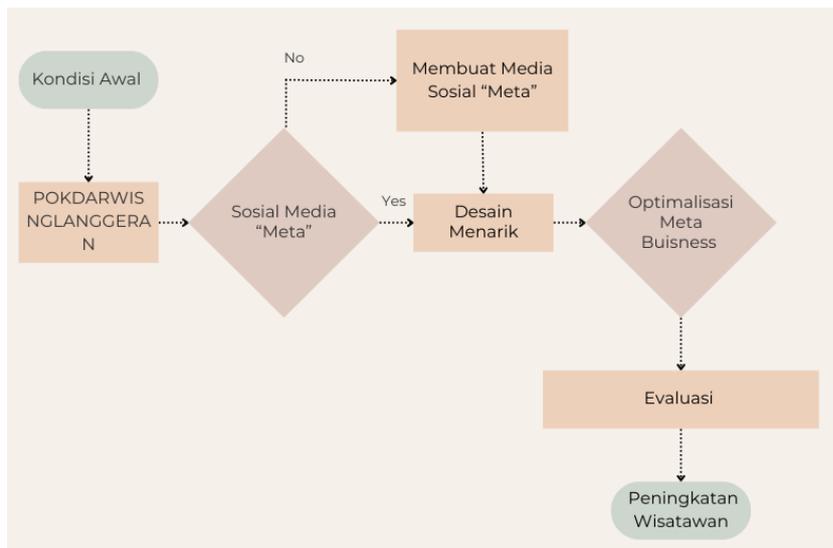
METODE

POKDARWIS Nglanggeran dapat mengoptimalkan penggunaan Meta Business Suite melalui program sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan yang dilakukan dengan kolaborasi antara Institut Teknologi Yogyakarta didampingi oleh Universitas AKPRIND Indonesia. Langkah awalnya adalah menyelenggarakan sosialisasi yang bertujuan memperkenalkan pentingnya digital marketing dalam mempromosikan potensi wisata. Anggota POKDARWIS akan diberikan pemahaman mengenai peluang besar yang dapat diraih melalui strategi promosi berbasis media sosial. Selanjutnya, pelatihan teknis dilakukan untuk membekali anggota dengan keterampilan praktis, seperti cara membuat konten menarik, menjadwalkan unggahan, menganalisis performa, hingga mengelola interaksi dengan audiens menggunakan fitur-fitur Meta Business Suite.



Gambar 1. Sosialisasi Program Pelatihan penggunaan Meta Business Suite

Penelitian dimulai dengan mengevaluasi POKDARWIS Nglanggeran sudah memiliki akun media sosial di platform Meta (Facebook dan Instagram). Jika belum memiliki akun, langkah pertama adalah membuat akun baru di platform Meta. Setelah memiliki akun, langkah selanjutnya adalah mendesain akun media sosial tersebut agar menarik perhatian pengunjung. Ini meliputi pembuatan konten visual yang menarik, pemilihan warna yang sesuai, dan penyusunan tata letak yang baik (Annisa & Wulansari, 2024). Akun perlu dioptimalkan menggunakan Meta Business Suite. Alat ini memungkinkan pengelolaan beberapa akun media sosial dalam satu platform, serta menyediakan fitur-fitur analitik untuk mengukur kinerja akun, (Bustami dkk., 2024). Evaluasi secara berkala untuk melihat sejauh mana upaya promosi yang dilakukan berhasil. Evaluasi ini dapat dilakukan dengan melihat jumlah pengikut, tingkat keterlibatan, dan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan.



Gambar 2. Diagram Alir Penelitian

Pendampingan intensif akan diberikan selama tahap implementasi awal, memastikan setiap anggota mampu menjalankan strategi yang telah direncanakan dengan baik. Dalam proses ini, bimbingan langsung dan evaluasi rutin membantu meningkatkan kepercayaan diri dan keterampilan pengelola, (Permadi & Gifari, 2022). Di akhir, monitoring dan evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan program serta mengidentifikasi kebutuhan pelatihan lanjutan agar anggota POKDARWIS tetap adaptif terhadap perkembangan teknologi dan tren promosi digital, (Windianingsih dkk., 2024). Melalui pendekatan ini, Nglanggeran dapat membangun kehadiran digital yang lebih kuat, menjangkau lebih banyak wisatawan, dan meningkatkan daya saing di industri pariwisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Integrasi Akun Media Sosial

Pengelolaan konten digital yang efektif menjadi salah satu kunci dalam meningkatkan promosi destinasi wisata. Dalam konteks ini, menghubungkan akun Facebook dan Instagram resmi POKDARWIS Nglanggeran dapat menjadi langkah strategis untuk menyederhanakan pengelolaan media sosial (Sari, 2023). Integrasi kedua platform tersebut melalui Meta Business Suite memungkinkan pengelola untuk merancang, menjadwalkan, dan memantau konten secara terpusat. Dengan pendekatan ini, konsistensi dalam penyampaian pesan promosi dapat lebih terjaga, sekaligus memberikan kemudahan dalam mengelola interaksi dengan audiens di berbagai saluran secara efisien.

Penjadwalan Konten

Dalam upaya meningkatkan efektivitas promosi digital, penyusunan kalender konten yang terstruktur menjadi salah satu langkah penting. Dengan memanfaatkan fitur penjadwalan yang tersedia pada Meta Business Suite, pengelola dapat memastikan bahwa konten-konten promosi diunggah secara konsisten sesuai jadwal yang telah direncanakan. Pendekatan ini tidak hanya membantu menjaga kontinuitas interaksi dengan audiens tetapi juga memungkinkan pengelolaan konten yang lebih efisien tanpa harus bergantung pada pengunggahan secara real-time.



Gambar 3. Pelatihan penggunaan Meta Business Suite

Analisis Performa

Pemanfaatan data analitik menjadi elemen krusial dalam memahami efektivitas konten yang diunggah pada platform digital, (Cho dkk., 2024). Melalui analisis metrik seperti tingkat engagement, jangkauan, dan demografi audiens, pengelola dapat memperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai respons dan preferensi target pasar, (Erpurini dkk., 2023). Informasi ini kemudian dapat digunakan sebagai dasar dalam merancang strategi promosi yang lebih terarah dan relevan, sehingga setiap kampanye yang dilakukan memiliki potensi keberhasilan yang lebih tinggi.



Gambar 4. Akun Instagram Desa Wisata Nglanggeran

Pembuatan Iklan Terarah

Penggunaan fitur iklan berbayar dalam Meta Business Suite memberikan peluang besar untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan tersegmentasi secara efektif. Dengan kemampuan untuk menargetkan iklan berdasarkan kriteria spesifik seperti lokasi, minat, atau usia, pengelola POKDARWIS Nglanggeran dapat mengarahkan promosi mereka kepada kelompok audiens yang paling relevan. Pendekatan ini memungkinkan kampanye iklan untuk lebih tepat sasaran, meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam mencapai tujuan pemasaran, serta

memastikan pesan yang disampaikan sampai kepada calon pengunjung yang memiliki minat pada destinasi wisata yang ditawarkan.

Kolaborasi dengan Influencer

Dengan memanfaatkan Meta Business Suite, POKDARWIS Nglanggeran dapat memantau dan mengelola kolaborasi dengan influencer lokal atau nasional yang memiliki audiens yang relevan dengan niche wisata yang ditawarkan. Platform ini memungkinkan pengelola untuk lebih mudah berkomunikasi dengan influencer, merencanakan kampanye bersama, dan melacak dampak dari kolaborasi tersebut melalui analitik yang tersedia. Pendekatan ini tidak hanya memperluas jangkauan promosi, tetapi juga memperkuat kredibilitas destinasi wisata Nglanggeran di mata pengikut influencer, yang sering kali mengandalkan rekomendasi pribadi dalam menentukan tujuan wisata mereka.

Respon Cepat dan Interaksi dengan Audiens

Fitur kotak masuk terpadu dalam Meta Business Suite memungkinkan pengelola POKDARWIS Nglanggeran untuk merespons komentar, pesan, dan ulasan dari wisatawan dengan cepat dan efisien. Dengan mengelola seluruh interaksi dalam satu platform, pengelola dapat memberikan tanggapan yang tepat waktu, yang pada gilirannya membantu membangun hubungan yang lebih kuat dan positif dengan audiens. Respons yang cepat dan proaktif menciptakan kesan bahwa POKDARWIS Nglanggeran peduli terhadap pengunjung, meningkatkan kepuasan mereka, dan memperkuat citra positif destinasi wisata tersebut di mata wisatawan.

KESIMPULAN

Pemanfaatan Meta Business Suite oleh POKDARWIS Nglanggeran dapat menjadi solusi strategis untuk meningkatkan promosi digital destinasi wisata mereka. Dengan mengintegrasikan akun media sosial, menyusun penjadwalan konten yang terstruktur, dan memanfaatkan fitur analitik, POKDARWIS dapat mengelola kehadiran digital mereka secara lebih efisien dan efektif. Selain itu, penggunaan iklan berbayar yang terarah, kolaborasi dengan influencer, dan respons cepat terhadap interaksi audiens melalui fitur kotak masuk terpadu dapat memperluas jangkauan, memperkuat kredibilitas, serta membangun hubungan yang lebih positif dengan wisatawan. Pendekatan ini tidak hanya membantu meningkatkan visibilitas dan daya saing Nglanggeran di industri pariwisata, tetapi juga memungkinkan mereka untuk memanfaatkan peluang besar yang ada di era digital.

SARAN

Memastikan tim yang mengelola akun memahami cara mengoptimalkan fitur-fitur Meta Business Suite. Pelatihan tentang penggunaan platform secara maksimal akan meningkatkan kinerja pemasaran digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi (Ditjen Diktiristek), Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) atas pemberian dana hibah Kosabangsa (Kolaborasi Bersama Membangun Masyarakat) tahun 2024. Terima kasih juga disampaikan kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas AKPRIND Indonesia serta Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Institut Teknologi Yogyakarta yang telah memberikan dukungan terhadap pelaksanaan kegiatan ini. Selain itu, apresiasi juga diberikan kepada Pemerintah Desa Nglanggeran yang telah memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan Kosabangsa tahun 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, Z. N., & Wulansari, D. (2024). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI STAFFEE.CA BOUQUET SIDOARJO*. 6(4).
- Bustami, K., Yusuf, Y., Hendiyani, D., & Saifrizal, M. (2024). *PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN AFILIASI PENJUAL TERHADAP BRAND EQUITY PADA UMKM DI KOTA LHOKSEUMAWE*. 18(1).
- Cho, H., Cannon, J., Lopez, R., & Li, W. (2024). Social media literacy: A conceptual framework. *New Media & Society*, 26(2), 941–960. <https://doi.org/10.1177/14614448211068530>
- Erpurini, W., Kurnia Ramadhan, I., & Indahsari, S. (2023). Strategi Promosi Digital dalam Menarik Minat Beli Konsumen PT Sinverho Energi Indonesia. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(1), 95–107. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v2i1.1761>
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>
- Permadi, C., & Gifari, A. (2022). PENGGUNAAN FITUR MEDIA SOSIAL LIVE DAN ADS DALAM PROMOSI PRODUK BISNIS. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), Article 3. <https://doi.org/10.54783/jin.v4i3.594>

- Ratna Gumilang, R. (2019). IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN HASIL HOME INDUSTRI. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Sari, I. P. (2023). *Perancangan dan Pengelolaan Sistem Periklanan Digital melalui Meta Business Suite sebagai Strategi Pemasaran Alpha Academy* [Other, Institut Teknologi Sepuluh Nopember]. <https://repository.its.ac.id/95969/>
- Takarini, N., & Sari, D. F. (t.t.). *Optimalisasi Media Sosial Facebook Sebagai Penunjang Digital Marketing Pada PT Sreeya Sewu Indonesia, Tbk.*
- Windianingsih, A., Yunas, M. F., & Farhani, H. (2024). Economic Digitalization in an Effort to Maintain Family Economic Resilience Based on Local Wisdom. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 3(7), 3069–3082. <https://doi.org/10.55927/fjas.v3i7.10176>